



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Engagement y motivación laboral en una empresa de comida rápida de  
la ciudad de Lima 2021-2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Psicología

**AUTORAS:**

Zapata Paz, Fiorella Mabel (ORCID: 0000-0001-9374-1489)

Naquiche Barranzuela, Abril de los Ángeles (ORCID 0000-0001-5345-213X)

**ASESOR:**

Mg. Vela Miranda, Oscar Manuel (ORCID: 0000-0001-8093-0117)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Desarrollo Organizacional

Piura – Perú

2021

## **Agradecimiento**

Son muchos los que han contribuido a la realización del presente trabajo de investigación por lo cual nosotras agradecemos por todo el apoyo recibido para la realización de este trabajo de investigación. Por todos los consejos y el apoyo recibido en los momentos difíciles. A nuestros amigos por habernos apoyado con la realización del instrumento aplicado.

Agradecemos a nuestras familias por el apoyo recibido en todo momento, por siempre darnos palabras de aliento para seguir adelante. También le agradecemos a cada uno de los jueces que nos han apoyado y nos han brindado sugerencias en esta investigación. Al docente del curso por la explicación de cada paso a seguir en este trabajo. Le agradecemos a Dios por permitirnos a cada uno de nosotros seguir adelante, también por brindarnos una experiencia agradable, aunque dificultosa en este trabajo.

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestros padres y familiares puesto que ellos han sido nuestra principal fuente de apoyo en tiempos de tensión, por brindarnos afecto a lo largo de este trabajo, a nuestros hermanos por tener palabras de apoyo y aliento. También dedicamos este trabajo a nosotras misma por haber logrado todo lo que nos propusimos a lo largo de este proyecto.

*Los autores*

## Índice de contenidos

Agradecimiento .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	9
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimiento .....	17
3.6. Método de análisis de datos .....	17
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....	18
4.1. Recursos y Presupuesto.....	18
4.2. Financiamiento.....	20
4.3. Cronograma de ejecución .....	21
V. RESULTADOS .....	23
VI. DISCUSION DE RESULTADOS.....	29
VII. CONCLUSIONES.....	34
VIII. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS .....	36
ANEXOS .....	42

## Índice de tablas

Tabla 1: Nivel de Engagement en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima 2021.....	28
Tabla 2: Niveles de Engagement en función a las tres dimensiones en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021.....	28
Tabla 3: Nivel de necesidades de motivación en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021.....	29
Tabla 4: Niveles de necesidades de motivación en función a las 4 dimensiones en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021.....	29
Tabla 5: Prueba de normalidad sobre los datos de Engagement y de necesidades de motivación por parte de los trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021...30	
Tabla 6: Relación entre la primera dimensión de V1 (Afectividad) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.....	31
Tabla 7: Relación entre la segunda dimensión de V1 (Continuidad) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.....	31
Tabla 8: Relación entre la tercera dimensión de V1 (Normativo) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.....	32
Tabla 9: Relación entre la variable Engagement y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.....	33

## **Resumen**

Esta presente investigación tuvo como objetivo establecer la relación existente entre el engagement y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022. Esta investigación fue desarrollada basándose en el enfoque cuantitativo, asimismo se utilizó el tipo de investigación descriptiva – correlacional, transversal y el diseño no experimental, en este trabajo participaron 220 trabajadores de empresas de comida rápida de la ciudad de Lima. Se implementaron los instrumentos de Cuestionario de Compromiso Organizacional realizado por Jhon P. Meyer y Natalie J. Allen y Cuestionario de MBM para obtener la recolección de datos. Los resultados evidenciaron que existe una relación positiva y significativa entre la variable de engagement y motivación laboral con un valor de significancia de 0,015 y un Rho de 0,212.

**Palabras claves: :motivación laboral, comida rapida, labores**

## **Abstract**

The objective of this present investigation was to establish the relationship between engagement and work motivation in workers of fast food companies in the city of Lima 2021-2022. This research was developed extremely in the quantitative approach, the type of descriptive research was also helped - correlational, cross-sectional and non-experimental design, in this work 220 workers from fast food companies in the city of Lima participated. The Organizational Commitment Questionnaire instruments carried out by Jhon P. Meyer and Natalie J. Allen and the MBM Questionnaire were implemented to obtain data collection. The results showed that there is a positive and significant relationship between the variable of commitment and work motivation with a significance value of 0.015 and a Rho of 0.212.

Keyowrds:work motivation, fast food, work

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las organizaciones viven en constantes cambios, esto debido a que las necesidades tanto de los clientes como de los colaboradores, van mutando con los años y nuevas generaciones, además de la pandemia vivida en los últimos años, lo cual ha producido variantes significativas en el mercado laboral; no obstante nos encontramos al 2021, a un 85% de las empresas peruanas que aún son reticentes a las nuevas formas de trabajo, llevando ello a no apostar por la implementación de un plan de gestión de cambio en sus organizaciones (ANDINA, 2021).

En los sistemas laborales tradicionales o antiguos, tanto los términos como la implementación del Engagement o motivación laboral son casi inexistentes, a pesar de que en los últimos años se ha encontrado en diversos estudios una correlación significativa entre estos y la productividad; entendido el Engagement como un vínculo de dos direcciones, donde interactúan los sujetos a través de manifestaciones comportamentales de su compromiso o implicación con una organización (Ballesteros, 2019), y en cuanto nos referimos a motivación laboral, hablamos de las acciones que realiza la empresa para incentivar que sus colaboradores obtengan el impulso de lograr los objetivos laborales, dando así mejores resultados en la productividad (Peña & Villón, 2017).

Dentro del contexto de las organizaciones dedicadas a la venta de comida rápida, se han visualizado a nivel global diferentes retos laborales que presentan, la constante rotación de su personal es una de las problemáticas más resaltantes; evidenciando la falta de compromiso que tienen sus diferentes colaboradores para con estas, asimismo un déficit en la motivación laboral que estos presentan. En EE.UU para el año 2020; en comparación con el año anterior se esperaba en los restaurantes de comida rápida un doble nivel de rotación, siendo su mayor fuerza laboral los jóvenes, los cuales han expresado su negativa a ocupar estos puestos, obligando a las organizaciones a ocuparse en generar costosos procesos de selección y reclutamiento, dejando de lado la gestión para retener a sus trabajadores (DiegoCoquillat, 2020); muchos de los motivos son las diversas experiencias negativas que conlleva la ejecución de sus funciones, desde las jornadas extendidas fuera de su horario laboral, accidentes con los instrumentos y máquinas hasta la sumisión ante los malos tratos de los clientes; conllevando estrés y ansiedad en sus vidas (Nuño, 2019).

En Latinoamérica este panorama de las grandes cadenas de este tipo de restaurantes no dista mucho, en México se realizó una investigación en 2016, encontró diversas causas de la insatisfacción de su personal, por el cual tiende a desvincularse de las organizaciones dedicadas al rubro de comida rápida, en sus hallazgos tenemos que a mayor antigüedad de los colaboradores menos compromiso laboral presentaban, se evidencio que sus superiores no se encargaban de motivarlos en sus labores o alcance de objetivos, tampoco se involucraban en el proceso de capacitación, descuidando las necesidades que podían presentar los mismos (Mares & Mendoza, 2016). Asu vez en el año 2015 en Argentina, El Salvador, Brasil, entre otros países los trabajadores de una reconocida empresa “fast food” salieron a protestar por el reconocimiento de sus derechos laborales, los cuales manifestaron en múltiples ocasiones y fueron pasados por alto, reuniendo en la causa aproximadamente a 60 000 protestantes (Agencia EFE, 2015)

En nuestro país, Rodríguez (2017) realizo un estudio en la ciudad de Chiclayo a un restaurante de comida rápida, evidenciando que sus trabajadores se encontraban en desacuerdo con los incentivos que recibían, explicaban que estos no se daban de forma equitativa con todos, lo cual ocasionaba malestar y desmotivaba a sus acciones; otro aspecto que destacaron fue las diferencias existentes en cuanto a remuneraciones económicas, pues variaban de forma significativa en referencia a los puestos que ocupaban cada uno.

En 2019, en la ciudad de Lima se suscitó un accidente en el cual fallecieron dos jóvenes dentro de su establecimiento laboral debido a la falta de mantenimiento de una de las máquinas que se utilizaban, esto dio luz a las muchas falencias que presentaban esta clase de organizaciones en cuanto a sus medidas laborales, La República (2019) recabo diversos testimonios de ex trabajadores de distintas marcas reconocidas del rubro, que expresaron la realidad que se vive en el ejercicio de estos puestos de trabajo, quedarse fuera de sus horas laborales; ejercer funciones extras a las del puesto que se encuentran desempeñando, esto debido a que al ser “colaboradores” se normaliza el realizar actividades en pro de mejores resultados para la organización pero sin recibir ningún incentivo ni remuneración, es decir sin motivación alguna; otra de las quejas es la desproporcionalidad que existe entre el salario ínfimo que reciben de las multitareas que practican y el apoyo constante que brindan, lo más resaltante de todo es que las mismas empresas les da a notar que son reemplazables, lo cual evita el compromiso organizacional del empleado para con ellos.



Las marcas de comida rápida, al igual que muchas otras organizaciones de otros ámbitos empresariales han descuidado la importancia de su fuerza laboral, es decir sus trabajadores, pues aún se encuentran enfocados solamente en los resultados mas no en cómo gestionar cambios para que de forma conjunta con ellos logren los objetivos que se plantean, descuidar la motivación laboral traducida en la falta de reconocimiento de sus labores, desinterés de sus necesidades, inconformidad con las remuneraciones, entre otras acciones; ocasionan la desvinculación de sus colaboradores constantemente, dando muestra del poco o nulo Engagement que estos presentan para con la empresa.

Como se ha podido observar de acuerdo con todos los datos del problema presentados en los párrafos anteriores, las organizaciones del rubro de comida rápida muestran grandes problemas en cuanto a la gestión de su fuerza laboral, llevándonos a formularnos la siguiente pregunta ¿Cuál es la relación del engagement y motivación laboral en trabajadores de las empresas de comida rápida en Lima?

Nuestro trabajo de investigación se justifica teóricamente en la medida que busca mediante el establecimiento de la relación entre Engagement y Motivación laboral dentro de nuestra población de estudio, poder contribuir en la ampliación del conocimiento sobre estas variables y su relación lo cual contribuirá significativamente en futuras investigaciones; en lo que respecta a la justificación practica permitirá a partir de los conocimientos obtenidos poder plantear programas y estrategias de mejora en las organizaciones relacionadas al rubro de la comida rápida. En lo que respecta a la justificación metodológica se han seguido los lineamientos requeridos en la obtención de datos, utilizando instrumentos confiables, de manera que esto pueda servir de base para investigaciones futuras; respecto a la relevancia social contribuirá a que las distintas organizaciones puedan tomar consciencia de los cambios necesarios para la mejora del desempeño de sus trabajadores.

El objetivo general planteado es establecer la relación existente entre el engagement y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022; estableciendo dentro de los objetivos específicos identificar el nivel de engagement que presentan los colaboradores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, determinar el nivel de motivación laboral que presentan los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, determinar la relación que existe entre el engagement (Afectiva) y la motivación laboral

en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, determinar la relación que existe entre el engagement (Continuidad) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, determinar la relación que existe entre el engagement (Normativa) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022 y finalmente determinar la relación existente entre el engagement y la motivación laboral (necesidad fisiológica, protección y seguridad, sociales y de pertenencia, autoestima y autorrealización) en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022.

En referencia a la hipótesis general nos hemos propuesto lo siguiente; existe una relación significativa en el engagement y la motivación laboral en los colaboradores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022; considerando como hipótesis específicas las siguientes existe un nivel alto de engagement en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021 – 2022, existe un nivel alto de motivación laboral en los trabajadores de una empresa de comida rápida de la ciudad de Lima 2021 – 2022, existe un nivel alto de engagement (Afectiva) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, existe un nivel alto de engagement (Continuidad) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022, existe un nivel alto de engagement (Normativa) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022; por último, existe un nivel alto de engagement y la motivación laboral (necesidad fisiológica, protección y seguridad, sociales y de pertenencia, autoestima y autorrealización) en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022.

Dentro de los estudios previos, tomados como referentes tenemos internacionalmente a Frías, (2016), que ha realizado un análisis de compromiso y relaciones con la motivación de los colaboradores del Museo Antropológico de la Universidad de Veracruz, el objetivo de la investigación. Es establecer el nivel de comunicación en la motivación sobre el nivel de compromiso de dominar en colaboradores del Museo de la Universidad Veracruzana. Es un tipo de investigación cuantitativa, la población consta de 52 personas, las herramientas utilizadas para esta encuesta han utilizado la herramienta llamada UWES (Investigación de trabajadores laborales de Utrecht), por niveles deficientes, existe una relación entre la participación y sus indicadores con un coeficiente de correlación de

0.830 en el área de Vigor, 0.928 en el área de absorción, .783 en el área de dedicación de los trabajadores respectivos. Además de demostrar que la motivación se ve afectada significativamente con C. C. es 0.859. Sin embargo, la fuerza motriz no tiene una correlación, ya que este C. es 0.132, sin embargo, se ha logrado un coeficiente de 0,800, determinando la estrecha relación entre las variables de liderazgo y reconocimiento. Finalmente, se concluyó sobre la base de las estadísticas de que no había ninguna relación entre la motivación de trabajo y se comprometió porque el resultado del resultado fue de 0.345.

Además, Diaz (2016) practico un estudio sobre motivación y engagement laboral de Millennials, la cual se fijó como objetivo analizar la correlación positiva existente entre motivación y el engagement laboral de los millennials en empresas de Gran Buenos Aires y CABA. El tipo de estudio desarrollado fue cuantitativo, no experimental, la población encuestada fue de 252 personas; los instrumentos empleados en esta investigación fue la Escala de Motivación y Engagement escolar, también conocida bajo las siglas en inglés de MES-H. En donde se haya una correlación significativa y positiva entre la motivación intrínseca y el engagement de 0.787. lo que nos indica que motivación intrínseca aumenta el engagement en el nivel de dedicación, también aumenta en el empleado y más en su dedicación. Además, la motivación intrínseca se asocia de manera positiva con el engagement en lo que respecta al nivel de absorción en los empleados teniendo una correlación de 0.631. También observamos que la motivación posee una asociación negativa con algunos componentes del engagement. Por otra parte, se observa que la asociación positiva que se obtuvo entre el engagement y la motivación extrínseca es positiva no es significativa como en el caso de la motivación extintica. El resultado más alto tiene una correlación de 0.526 entre la motivación externa y el engagemnet.

Asimismo, Viveros & Fierro (2020), realizo una investigación acerca de la vinculación de los niveles de Engagement y Síndrome de Burnout en una organización de telecomunicaciones en Colombia, el cual su objetivo de estudio planteado fue delimitar el engagement y los niveles de síndrome de burnout en una empresa de telecomunicaciones. Este trabajo es de tipo cuantitativo descriptivo y correlacional, la población tomada fue de 42 trabajadores de la empresa, los instrumentos que se utilizaron para la presente investigación son Maslash Burnout Inventory y UWES ; donde se identifica un 61.9% de los trabajadores realizando sus funciones con un nivel alto de engagemnet, mientras

+un 26.2% presentan un nivel alto del síndrome de burnot. Sin embargo, al comparar las variables tiempo y engagement se pudo indicar que este es menor en la población con más de tres años de antigüedad en la organización, por ello el 78.5% de los trabajadores tienen menos de dicho tiempo en la organización presentan engagement alto. Donde podemos concluir que el 59.5% presenta un síndrome de burnot moderado y un 61.9% tienen un nivel de engagement entre sus trabajadores.

En cuanto investigaciones nacionales, Quiroz (2018), en su estudio titulado Motivación laboral y Engagement del personal de la Policía Nacional Del Perú, Cajabamba 2018 tuvo como objetivo de investigación identificar la vinculación entre motivación laboral y engagement en los trabajadores de la PNP; Fue un estudio de tipo cuantitativa con enfoque descriptivo - correlacional, la población de estudio PNP de Cajabamba, los cuales fueron 81 en total, participando como muestra el total de estos, los instrumentos empleados fueron la escala de motivación laboral ML-ORG y el UWES de Utrecht. Los principales resultados fueron la existencia de una correlación positiva significativa ( $r=0,44$ ;  $p$ ) y el coeficiente de determinación ( $r^2=20\%$ ) muestra que la motivación laboral influye al engagement en un porcentaje del 20%. Dándonos a inferir que si la motivación es mayor los trabajadores tendrán un nivel más alto de engagement en la organización. Se concluyó una correlación positiva significativa ( $r=0,44$ ;  $p$ ) entre las variables de estudio en los colaboradores de la PNP de Cajabamba.

Palacios (2019), desarrollo una investigación denominada Motivación y Engagement Laboral en el Instituto Superior de Educación Pública de Huaraz, 2019, donde tuvo como objetivo de estudio delimitar el grado de vinculación sobre las variables de la motivación y el engagement laboral en los trabajadores del Instituto Superior de Educación Pública de Huaraz – 2019, la tipología de la investigación utilizada fue cuantitativo de diseño correlacional, la población a investigar estuvo compuesta por 75 personas y un muestreo probabilístico. Se implementó un cuestionario de 18 items validado y evaluado por su nivel de confiabilidad mediante el coeficiente de alfa de Cronbach de 0.835 en la variable de motivación y en la variable de Engagement 0.945. Teniendo como resultados la existencia de una correlación directa de las variables la engagement laboral y motivación; asimismo se obtuvo una Rho de Spearman de 0.511 y una significancia de 0.000 menor a 0.05, ratificando de esta manera que existe una correlación moderada y positiva; donde hay un 42% de motivación en un grado adecuado y un 64% de engagement en u

Un grado adecuado. Concluyendo de esta manera que, si existe una motivación laboral correcta se podrá desarrollar un adecuado Engagement en los trabajadores de una organización.

Aguilar (2020) denominó su investigación Motivación laboral y engagement en el trabajo en colaboradores de empresas agroindustriales, realizada en el año 2020 en la ciudad de Trujillo por Aguilar; teniendo como objetivo de estudio determinar la relación entre la motivación laboral y el engagement, de tipo de estudio cuantitativo – correlacional, con una población de 477 colaboradores de ambos sexos de 25 a 45 años de edad de dos empresas agroindustriales, los instrumentos implementados son la Escala de Motivación Laboral de Steers y Braunstein y la Escala de Engagement de Schaufeli y Bakker. Teniendo como resultados una relación positiva de efecto pequeño ( $\rho=12^{**}$ ), lo cual indica que ambas variables tienen una relación, Asimismo el área de logro tienen un efecto pequeño inferior, con un  $\rho=0.41$  en el vigor,  $.060$  en dedicación y  $-.014$  en absorción, en tanto a la necesidad de poder se evidencia relaciones positivas de efecto pequeño con un  $\rho=.14$  de vigor,  $.16$  de dedicación,  $.11$  de absorción y en la necesidad de afiliación indica relaciones positivas de efecto pequeño con un  $\rho=.10$  de vigor,  $.15$  de dedicación y  $.11$  en absorción. Obteniendo como conclusión principal que entre las variables de motivación laboral y Engagement presentan una relación positiva de efecto pequeño, respondiendo a su objetivo.

Enfocándonos en el área local, encontramos a Pelaez (2020), realizó la investigación de Engagement y motivación laboral en los capacitadores de una organización de certificaciones ISO, 2019, la cual su objetivo ha sido identificar la relación del grado de engagement organizacional y la motivación laboral en los capacitadores de una organización de certificaciones ISO, 2019. El estudio es de tipo correlacional, con una muestra de 31 colaboradores, donde se aplicó el Cuestionario UWES-17. Los instrumentos utilizados en esta investigación son la escala de Engagement (UWES-17) de Schaufeli y Bakker para la variable de engagement y la Escala de Motivación de Gagné, Forest, Gilbert, Aude, Morin & Malorni para la variable motivación. Dando como resultados que existe una relación directa, moderada y altamente significativa de ambas variables con un coeficiente correlacional de  $r = 0,538$ , la motivación en la dimensión de vigor es altamente significativa con un coeficiente correlacional de  $r=0,814$ , la

motivación en la dimensión de dedicación es altamente significativa con una correlación de  $r = 0,583$  y en la dimensión de absorción en base a la motivación es altamente significativa con un coeficiente correlación de  $r = 0,735$ .

Messarina (2019), llevo a cabo la investigación de Engagement y Satisfacción laboral en operarios de una organización privada de Lima, el objetivo es detallar la relación entre compromiso y satisfacción laboral entre los ejecutivos de una empresa privada encargada de la transformación y distribución de vidrio y aluminio en Lima. Estudio poblacional asociativo de 100 participantes, aplicando los cuestionarios UWES para medir la variable adherencia y el cuestionario de satisfacción laboral elaborado por Chiang, Gómez y Salazar. Tome los resultados del estudio de que los componentes principales de UWES 17 informaron un KMO de 0.80 y  $X^2(136) = 623.81$  ( $p < 0.001$ ) como significativo en la prueba de Bartlett para la esfericidad, con la contabilidad más consistente internamente para el valor alfa de Cronbach. . 84. En el cuestionario de satisfacción laboral, KMO se mostró como 0,81, que es muy significativo,  $X^2(861) = 2714,67$  ( $P < 0,001$ ) en la prueba de demanda de Bartlett y consistencia interna con el valor alfa de Cronbach de 0,95. Apareció una correlación positiva ( $r = .30$ ,  $p < .01$ ) que coincide con lo que se ha hipotetizado en este estudio.

Huamachico (2021), plantió una investigación de Engagement y productividad laboral en el personal administrativo de una universidad privada de Lima Norte 2020, la cual tuvo como objetivo de estudio delimitar la existencia de la relación entre el engagement y la productividad laboral en los colaboradores, este trabajo es cuantitativa de tipo trasversal correlacional, esta investigación se realizó a 85 colaboradores con una muestra de 70 trabajadores de manera aleatoria. Los instrumentos de medición que se implementaron la UWES para la variable de engagement y la Escala de Productividad en la variable de productividad. Teniendo como resultados que existe una correlación de 0.762 en relación al engagement y la productividad laboral. En el vigor y la productividad laboral hay una correlación de 0.706 manifestando una relación alta, en la dedicación y la productividad hay una correlación de 0.771 estableciendo que existe una relación, en absorción y productividad se obtuvo una correlación de 0.621 mostrando una correlación alta en la relación planteada; deduciendo una relación existente de ambas variables planteadas del estudio.

## II. MARCO TEÓRICO

En las bases teóricas de la presente investigación, encontramos definido al Engagement de acuerdo con Arciniega (2002) como un conjunto de vínculos que mantienen al trabajador de forma prolongada en la organización; sin estar necesariamente enfocado a un objetivo, acontecimiento o situación laboral en específico (Salanova & Llorens, 2008). En el mismo sentido, se considera al Engagement como un estado psíquico positivo que propicia conductas de involucramiento, esfuerzo y fidelización hacia el centro laboral (Juarez, 2015).

El engagement se encuentra ligado a la motivación pues este genera conductas positivas hacia la organización; a diferencia de la satisfacción que viene a ser un aspecto actitudinal, para reforzar y mantener el engagement los colaboradores deben estar instruidos en todos los temas de la empresa como políticas, jerarquías, líneas de crecimiento, objetivos, entre otros aspectos básicos; mostrando la importancia de un adecuado proceso de socialización organizacional para un mayor engagement (Lisbona, Morales & Palací, 2011).

Vargas & Estrada (2020); infieren que el Engagement es un estado psicológico, positivo cognitivo afectivo de un individuo lo cual implica que tenga buenos niveles de vigor absorción y dedicación dentro de su centro de labores o sus actividades diarias; es decir motiva a que el individuo genere conductas positivas en favor de su organización y los objetivos de la misma. Silva, Arias, Caracciolo, Vega & Rompapo (2020), consideran que el Engagement es de alta importancia para el trabajo voluntario en las organizaciones tanto no gubernamentales como también en proyectos universitarios, indicando que este ayuda a que haiga una sociedad mayormente solidaria, participativa y comprometida.

Schaufeli (2015), manifiesta que el Engagement es una variable importante para la salud ocupacional, puesto que puede ser un aspecto relevante para constituir un interés real para el área psicológica ocupacional ya que están interesados en la salud y no solo en la salud en el sentido de ausencia de síntomas, ya que indica que el Engagement nace a partir del estudio del Burnout. Cuando la organización se preocupa por el bienestar tanto físico como psicológico que mantiene su trabajador, este genera vínculos de fidelidad con sus labores, pues considera que sus funciones e ideas contribuyen al logro de objetivos y mejora de la empresa (De Vera & Gabari, 2019).

Dentro del estudio realizado por Ocampo, Juárez, Arias e Hindrichs (2015) se halló mayor engagement en los hombres, a diferencia de las mujeres, una de las causas de esto podría ser las labores extra que realizan en casa; otro aspecto resaltante es que a mayor conformidad con la remuneración obtenida la concentración y estado de ánimo presentado en los colaboradores era más óptima; dentro de esta clase de organizaciones los factores psicosociales presentes como el sobre involucramiento, supervisión controlante e inseguridad laboral son las causas más relevantes que influyen en los niveles bajos de engagement. Asimismo se encontró que las demandas y riesgos laborales que pueden influir en el engagement varían de acuerdo a las funciones que se realizan y al tipo de organización a las que se pertenece; sin embargo se encontró que la importancia de trabajar en la mejora y cuidado del bienestar intralaboral de los trabajadores tiende a ser complementario a los comportamientos relacionados al engagement; puesto que si estos son negativos no indica que las acciones vinculadas al compromiso laboral serán inexistentes, aunque de ser reforzados los factores psicosociales intralaborales pueden acrecentar el Engagement (Arenas & Andrade, 2013).

Otro aspecto estudiado es el estrés generado por el desempeño del rol dentro de la empresa, determinado por la ambigüedad de la tarea, la sobrecarga o el conflicto, ello suele repercutir en la satisfacción laboral y el engagement de los colaboradores; sin embargo no modifican significativamente las conductas de compromiso laboral que pueden presentar los colaboradores, asimismo se refleja que mientras más se empleen recursos para prevenir los factores psicosociales entorno al estrés laboral contribuirá a aumentar los niveles de engagement (Orgamídez, Pérez & Borrego, 2015).

Respecto a la motivación laboral esta es definida como un conjunto de esfuerzos mediante los cuales las personas desenvuelven actividades diversas para alcanzar un objetivo (Galvan, 2017); este es un aspecto que indispensable en los trabajadores, pues supone una variante notable para lograr un óptimo trabajo, fortaleciendo a su vez un contexto agradable y proactivo dentro de la organización (Sanchez, 2013).

Por otro lado, Galván (2017), define a la motivación laboral como un cumulo de esfuerzos mediante los cuales el individuo ejerce diferentes tareas para lograr culminar una meta u objetivo planteado. En el ámbito laboral existen distintos factores que ayudan a tener una motivación laboral dentro de la empresa, tales como el ambiente en donde se desempeñas, la comunicación que se tiene entre los colaboradores, las recompensas brindadas por las



labores realizadas, los salarios adecuados y la satisfacción laboral que logras obtener dentro del centro de labores.

Peña & Villon (2017), argumentan que la motivación laboral puede entenderse como el resultado de la interacción de un individuo y el incentivo de la organización para crear factores que motiven o alienten a los empleados a alcanzar sus metas y objetivos. Además, la motivación se conceptualiza como el deseo del individuo de lograr metas a través de sus propios esfuerzos y satisfacer sus propias necesidades.

Huilcapi, Jácome & Castro (2017), manifiesta que la motivación es un factor esencial en las empresas porque de esta manera permite un mejor desarrollo de una actitud positiva, lo que beneficia en gran medida la eficiencia laboral y la cooperación de cada empleado, y también mejora la calidad de vida de los empleados. y padres. Así mismo, manifiesta que si la empresa cuenta con un sistema motivacional adecuado la empresa puede retener por mucho más tiempo a un personal más valioso y de esta manera atraer nuevos talentos para el beneficio de la empresa. La motivación implica tener distintas estrategias para los empleados en dónde puedo notar por tener un horario flexible, tener una lección de sus días libres o de vacaciones, saber lo que piensan los empleados y conocer un poco más de su vida personal ya que de esta manera el personal se siente valorado en la empresa en la que labora.

Osorio, Arango & Acosta (2016), comenta que existen distintos factores tanto internos como externos que obstaculizan la motivación de un individuo en su centro de labores. Donde podemos señalar que existen diversas necesidades en el empleado tanto como persona y como trabajador que fortalecen los vínculos laborales. Es importante también realizar un análisis del entorno laboral de los individuos y crear nuevas percepciones, para incrementar la motivación entre los trabajadores de la empresa.

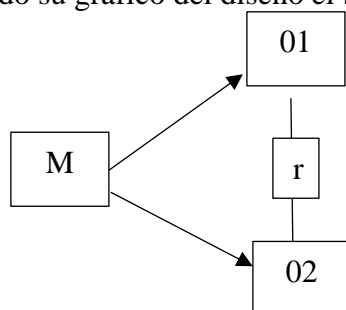
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación que emplearemos en nuestro trabajo será descriptivo puesto que su propósito inicial relatar los detalles del fenómeno de estudio con la finalidad de poder explicarlo, de la misma manera esta es la exposición del relato de un objetivo observado mediante las técnicas directas o indirectas implementadas en dicha investigación; sustantiva porque estará orientada a la comprensión fundamental de los fenómenos, explicando los hechos que se van a llevar a cabo en la investigación del tema tratado (Sánchez, Reyes & Mejía, 2018); asimismo transversal consistiendo en aquel que mide una sola variable y con esta información realiza un análisis del tema de la investigación, además de medir las particularidades de uno o más grupos específicamente en un tiempo sin analizar una evolución posteriormente de aquellos (Alvarez, 2020); y por último no experimental ya que no existe un control sobre la variable independiente por lo cual tampoco forma grupos de estudio (Neill & Cortez, 2018).

El diseño será correlacional, ya que estudiaremos el nivel de relación de dos variables, según Sánchez, Reyes & Mejía (2018), indican que el coeficiente con relación al índice numérico o eficiente que nos da referencia al nivel de relación o concordancia de dos variables, el cual se da en una escala de intervalos o de razones proporción.

Siendo su grafico del diseño el siguiente:



Donde:

M : Trabajadores de empresas de comida rápida de la ciudad de Lima.

O1: Análisis de la variable Engagement.

O2: Análisis de la variable motivación laboral.

r: Relación entre las variables.

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### **Variable 1: Engagement**

**Definición Conceptual:** Vínculo entre la persona y la organización, basada en un estado psíquico que condiciona la decisión de permanencia del colaborador en el centro de trabajo. (Allen & Meyer, 1991)

#### **Dimensiones:**

- Afectividad
- Continuidad
- Normativa

#### **Variable 2: Motivación laboral**

**Definición Conceptual:** La motivación implica satisfacer las necesidades de los colaboradores de una organización, para que estos se encuentren incentivados a cumplir con los objetivos y resultados (Marshall Sashkin, 1996)

#### **Dimensiones:**

- Necesidad de protección y seguridad
- Necesidad social y de pertenencia
- Necesidad de autoestima
- Necesidad de autorrealización

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

La población estará compuesta por los trabajadores de las empresas pertenecientes al rubro de restaurantes o franquicias de comida rápida de la ciudad de Lima Metropolitana, en el periodo de marzo a abril 2022.

### **Criterio de inclusión**

- Trabajadores de empresas de comida rápida
- Domicilio en la ciudad de Lima
- Edades entre 18 – 34 años

### **Criterio de exclusión**

- Trabajadores que ocupen puestos gerenciales dentro de las empresas
- Mayores de 34 años que laboren en empresas de comida rápida

### **Muestra**

La muestra es el grupo de sujetos o casos seleccionados de una población por algún método de muestreo probabilístico o no probabilístico dependiendo de la investigación o el tipo de investigación a realizar (Sánchez, Reyes & Mejía, 2018). Estará conformada por 220 trabajadores de empresas de comida rápida de la ciudad de Lima, que respondan a los criterios de exclusión e inclusión determinados previamente.

### **Muestreo**

El muestreo será de tipo no probabilístico por criterios; Sánchez, Reyes & Mejía (2018), manifiestan que el muestreo es una operación la cual se realiza para el estudio de la asignación de las particularidades en el conjunto de la población a la cual hemos denominado muestra.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.4.1. Técnicas**

La técnica que se implementara en la investigación es la encuesta, Sánchez, Reyes & Mejía (2018), menciona que la encuesta es un procedimiento de recolección de datos el cual se aplica mediante un instrumento, teniendo como

objetivo recaudar información de un tema en específico de una muestra establecida.

### **3.4.2. Instrumentos**

#### **3.4.2.1. Instrumento 1: Cuestionario de Compromiso Organizacional realizado por Jhon P. Meyer y Natalie J. Allen**

El primer instrumento a utilizar es el Cuestionario de Compromiso Organizacional realizado por Jhon P. Meyer y Natalie J. Allen en 1991 en los Estados Unidos, es una prueba que se puede realizar de manera colectiva e individual para adultos, el tiempo de aplicación es de 15 minutos aproximadamente, consta de 3 dimensiones con 18 ítems las cuales son: Compromiso afectivo el cual consiste en el sentimiento de pertenencia del trabajador en su centro de trabajo, la vinculación afectiva que se tiene con su ambiente laboral y la solidaridad dentro de ella, Compromiso de continuidad se refiere al deseo de pertenencia del colaborador en la organización en base al tiempo, energía y el trabajo realizado en la empresa y Compromiso normativo el cual se relaciona con el sentimiento de obligación de pertenencia a la empresa y hacia los miembros de esta.

La consigna asignada para la aplicación del cuestionario de compromiso laboral es la siguiente: Lee cada uno de los enunciados detalladamente y escoge la alternativa que mejor se adecuen a su manera de sentir o pensar en la organización donde te desempeñas. Recuerda que no existen preguntas buenas o malas, solo se desea saber el nivel de compromiso que tienes como trabajador en la empresa.

Después de aplicar el instrumento, se obtendrá un resultado sumando todas las puntuaciones obtenidas de los ítems de la encuesta, donde 1 totalmente en desacuerdo hasta 7 totalmente de acuerdo. Cabe destacar que existen los factores inversos 1, 10, 11, 14, 15 y 18 marcados con la letra “R” después de la frase y se combinan para que uno pueda pensarlos detenidamente. La puntuación se toma y dimensiona, sin embargo, las puntuaciones se interpretan como nivel general con los siguientes rangos de puntuación: puntuación baja de 18 a 54, puntuación media de 55 a 91 y puntuación alta de 92 a 126.

En México, Arciniega y Gonzales (2006) confirmaron la validez y confiabilidad del cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen, quienes lo convirtieron en una adaptación mexicana validada analíticamente. El análisis exploratorio coincidió en tres dimensiones de investigación logradas, una consistencia interna de 0,79 en compromiso emocional, 0,77 en compromiso sostenido y 0,72 en compromiso normativo identificado, demostrando una adecuada consistencia interna para ser aplicable.

Del mismo modo en el Perú Montoya (2014), realizó un estudio de confiabilidad sobre la escala de compromiso organizacional peruano en la región de Lima, donde el índice alfa de Cronbach fue 0.92, destacando el alto nivel de confianza de la muestra, en relación a su tamaño, un nivel de confianza de 0,89 está presente en compromiso emocional, 0,77 en compromiso continuo y 0,83 en compromiso estándar. El resultado es un alto grado de fiabilidad y validez operativa.

#### **3.4.2.2. Instrumento 1: Cuestionario de MBM**

Para medir la variable de motivación laboral, emplearemos el cuestionario de MBM, creado por Marshall Sashkin en 1996, basándose en la teoría de motivación Maslow, el cual consta de un grupo de 20 afirmaciones que tienen como propósito identificar sus sentimientos e ideas acerca del trabajo que desempeña; este está compuesto por cuatro factores, relacionados a necesidades de protección y seguridad lo cual concierne a la seguridad económica, personal y el nivel de vida razonable del trabajador, sociales y de permanencia el cual se refiere a la interacción social del colaborador con la empresa, el nivel de identidad que tiene el colaborador con la organización y la amistad y amor entre los trabajadores, autoestima el cual consiste en el la valoración y respeto de si mismo y finalmente autorrealización lo cual engloba el desarrollo personal, profesional y laboral del colaborador de la empresa.

La puntuación del cuestionario varía entre 5 y 25 puntos, los puntajes altos de 20 a más representan una motivación significativamente importante, de 15 a 19 indica relativa importancia, de 10 a 14 muestra una escasa importancia y puntuaciones menores de 10 son de nula importancia; la consigna es responder

a las afirmaciones presentadas de acuerdo con el nivel de concordancia que tenga con usted y sus opiniones, se deberá marcar la letra que se adecue siendo Completamente de acuerdo (C), Básicamente de acuerdo (B), Parcialmente de acuerdo (P), Solo un poco de acuerdo (S) y No de acuerdo (N).

La validez de este instrumento fue dada por 15 expertos de la Universidad de Michigan, pertenecientes a la Asociación Americana Psicológica de Estados Unidos; su confiabilidad es de 0.87 y con respecto al alfa de Cronbach es de 0.90, corroborando la dirección y homogeneidad de los ítems. En cuanto a las propiedades psicométricas peruanas, Escobar (2011) en su estudio Cultura organizacional y motivación laboral en trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica sometió a pruebas de validez por juicio de expertos y estudio piloto, además de obtener la confiabilidad del alfa de Cronbach siendo esta de 0.91.

### **3.5. Procedimiento**

Primero se realizó el sondeo de la cantidad de trabajadores que se sometieron al estudio para poder determinar la cantidad de la muestra del estudio, realizamos el listado de los colaboradores de las diversas tiendas, posteriormente buscamos el contacto con los encargados de cada uno de los establecimientos de comida rápida para poder tener el acceso al conjunto de colaboradores que se les aplicarán los dos cuestionarios; estos fueron difundidos por medio de los grupos de WhatsApp que manejan entre colaboradores en el formato de Google forms enviando los link, asimismo se enviaron los consentimientos informados dentro de los formularios, estableciendo las preguntas de escala politómica ordinal, las respuestas, luego se obtuvo la base de datos obtenida en formato Excel donde procederemos a corregirla para poder procesarla.

### **3.6. Método de análisis de datos**

El análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos fue analizado estadísticamente mediante el programa estadístico SPSS versión 26 y los resultados, procesados mediante tablas en Microsoft Excel. Del mismo modo, se realizaron gráficos y tablas con los resultados e interpretación correspondiente de cada una de ellas dando respuesta a las hipótesis planteadas

en el estudio. La primera tarea a realizar consistió la de determinar si los datos obtenidos se encuentran dentro de una curva normal para ello se hizo uso de la prueba de Smirnov Kolmogorov determinando el nivel de normalidad se procedió a la aplicación del estadístico de correlación empleando la R Spearman como prueba no paramétrica.

### **3.7. Aspectos éticos**

Nuestro trabajo de investigación será elaborado respetando y teniendo en cuenta los principios éticos adecuados, como el de autonomía, puesto que se les solicitara a cada uno de los participantes un previo consentimiento informado con la finalidad de evitar su exposición o perjuicio, además los datos obtenidos serán anónimos y solo de uso investigativo respetando el principio de no maleficencia; por otro lado el principio de beneficencia, busca a través de los resultados finales de la investigación promover futuras estrategias de mejora para la población estudiada; finalmente avalaremos el principio ético de justicia, a través del trato que brindaremos a nuestros sujetos de estudio, los que serán tratados de forma homogénea, sin beneficiar a ninguno en particular. El consentimiento informado que tiene que ver con instruir a los participantes del estudio respecto a los beneficios y riesgos; además de demostrar su voluntad y libre decisión de formar parte de la investigación (Urosa, 2017). Se entregará de manera escrita a los participantes junto con los instrumentos de evaluación de tal manera que si el colaborador responde con un si a ese consentimiento informado se procederá con la toma de la prueba, caso contrario de ser no la respuesta el colaborador no deberá responder al cuestionario.

## **IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **4.1. Recursos y Presupuesto**

#### **4.1.1. Recursos**

##### **4.1.1.1. Recursos Humanos**

En el presente estudio se utilizará los recursos estipulados

- 02 autoras de la investigación
- 01 consultor metodológico
- 01 asesor estadístico



- 200 trabajadores de comida rápida

#### 4.1.1.2. Recursos Materiales

Materiales

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Importe
Laptops	2	3.500	4.000.00
Celulares	2	650.00	700.00
USB	1	35.00	40.00
Minas	2	10.00	10.00
Bolígrafos	2	5.00	10.00
Servicios Eléctricos	2	40.00	40.00
Línea Telefónica	2	60.00	60.00
Internet	2	70.00	70.00
<b>Total</b>			<b>S/ 4.9300.00</b>

#### 4.1.2. PROSUPUESTO

Clasificador de gastos	Descripción	Cantidad	Costo s/.
2. 2.3 2.3.1. 2.3.2	Gastos presupuestales Servicios Materiales y útiles. Papelería absoluta		
	Laptops	2	8.000.00
	Celulares	2	1.400.00
	USB	1	40.00
	Bolígrafos	2	10.00
	Minas	2	10.00
2.3.2	Línea de teléfono celular	Mensual	120.00
2.3.2.1	Servicios de red inalámbrica	Mensual	200.00
2.3.2.1.2	Pagos de luz	Mensual	80.00
Van			
.....			9.860.00
s/. Total			

Clasificador de gastos	Descripción	Cantidad	Costo s/.
<b>S/. Total</b>			<b>2.000.00</b>
2.3.2.2 2.3.2.2.4	Presupuesto de servicios de Asesoría de tesis		
	Consultor metodológico- temático.	1	900.00
	Asesor estadístico	1	800.00

<b>S/. Total</b>	<b>1.700.00</b>
------------------	-----------------

Fuente: Creación de las autoras

#### **4.2. Financiamiento**

El 100% de gastos será costado por las 2 encargadas del estudio por lo tanto la investigación es autofinanciada.

### 4.3. Cronograma de ejecución

N°	Actividades	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Aprobación del proyecto de investigación		■																																		
2	Contacto con la población que participará de la investigación						■																														
3	Creación de los formularios de Google							■																													
4	Toma de los datos								■	■	■	■	■																								
5	Elaboración de la base de datos												■																								
6	Análisis y procesamiento de la información													■	■																						
7	Elaboración de tablas y gráficos															■	■																				
8	Discusión y análisis de resultados																	■	■																		
9	Elaboración de conclusiones y recomendaciones																				■																
10	Entrega del primer borrador																					■															
11	Entrega del segundo borrador																																				



## V. RESULTADOS

**Tabla 1**

Nivel de Engagement en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021

	f	%
ALTO	62	28.20%
MEDIO	89	40.45%
BAJO	69	31.35%
TOTAL	220	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a la población

En la tabla 1 observamos el nivel de engagement en los trabajadores de comida rápida, el 40.45 % tienen un nivel medio, el 31.35% tiene un nivel de bajo y el 28.20% alto.

**Tabla 2**

Niveles de Engagement en función a las tres dimensiones en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021

	Afectivo		Continuidad		Normativo	
	f	%	f	%	f	%
ALTO	54	24.5%	65	29.6%	59	26.8%
MEDIO	82	37.3%	83	37.7%	93	42.3%
BAJO	84	38.2%	72	32.7%	68	30.9
TOTAL	220	100.00%	220	100.00%	220	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a la población

En la tabla 2 se visualiza el nivel (frecuencia y porcentaje) partiendo de las 3 dimensiones de engagement en los trabajadores de comida rápida, la mayoría de los colaboradores de las distintas empresas en afectivo el 38.2% se ubica en un nivel bajo, en la dimensión de continuidad el 37.7% se posiciona en un nivel medio, por último, en la dimensión normativa la mayor parte tiene un 42.3%, ha coincidido que se encuentra en una categoría

media. Todos estos hallazgos permiten visualizar que en general hay un predominio de nivel a medio en la mayoría de los componentes de la primera variable de estudio.

**Tabla 3**

Nivel de necesidades de motivación en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021

	f	%
MUY ALTO	64	29.1%
MEDIO	87	39.5%
BAJO	69	31.4%
TOTAL	220	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a la población

En la tabla 3, se distingue el nivel de necesidades de motivación en trabajadores de comida rápida, en donde el 39.5% tiene un nivel de necesidad realmente importante, un 31.4% se encuentra en un nivel de necesidad escasamente importante, por último, el 29.1% se ubica en un nivel de necesidad muy importante.

**Tabla 4**

Niveles de necesidades de motivación en función a las 4 dimensiones en trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021

	N. DE SEGURIDAD		N. SOCIALES		N. DE AUTOESTIMA		N. DE AUTOREALIZACIÓN	
	f	%	f	%	f	%	f	%
MUY ALTO	103	46.8%	31	14.2%	136	61.3%	139	63.2%
MEDIO	107	48.6%	151	68.3%	76	34.5%	67	30.4%
BAJO	10	4.6%	34	15.7%	7	3.3%	14	6.4%
MUY BAJO	0	0%	4	1.8%	1	0.5%	0	0%
TOTAL	220	100.00%	220	100.00%	220	100.00%	220	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a la población

En la tabla 4 se observa el nivel (frecuencia y porcentaje) partiendo de las 4 dimensiones de motivación en los trabajadores de comida rápida, la mayoría de los colaboradores de las distintas empresas n. sociales el 68.3%% se ubica en un nivel relativamente importante, en la dimensión n. de autorrealización el 632% se posiciona en un nivel muy importante, en n. de autoestima el 61.3% se ubica en n nivel ,uy importante, por último, en la dimensión n. de seguridad la mayor parte tiene un 48.6%, ha coincidido que se encuentra en una categoría relativamente importante. Todos estos hallazgos permiten visualizar que en general hay un predominio de nivel muy importe en la mayoría de los componentes de la segunda variable de estudio.

**Tabla 5**

Prueba de normalidad sobre los datos de Engagement y de necesidades de motivación por parte de los trabajadores de comida rápida de la ciudad de Lima, 2021

		<b>Shapiro-Wilk</b>		
<b>Prueba</b>	<b>de</b>	Estadístico	gl	Sig.
	V1			
Normalidad	Engagement	,991	220	,194
	V2			
	Motivación	,947	220	,000

Fuente: Base de datos procesada con SPSS

En la Tabla 5, se visualiza que al aplicar la prueba Shapiro-Wilk para conocer la distribución de los datos, se ha obtenido un valor de 0.999 y una significación de 0.194 en la percepción de Engagement y 0.947 y una significación de 0.000 en motivación, por lo tanto, se puede concluir que los datos no presentan una distribución simétrica y en este sentido para determinar la relaciones entre variable se empleara pruebas no paramétricas.

**Tabla 6**

Relación entre la primera dimensión de V1 (Afectividad) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.

			N.	N.	N.	N.	Total
			Seguri	Social	Autoesti	Autor	Neces
			dad		ma	reali.	id.
Rho de Spearman	de Afectividad	Coeficiente de correlación	,275**	,092	,051	,216**	,481**
		Sig. (bilateral)	,042	,156	,228	,048	,022
		N	220	220	220	220	220

Fuente: Base de datos procesada con SPSS

De acuerdo a lo observado en la tabla 6. Se aprecia que las dimensiones de necesidades de seguridad y protección y necesidades de autorrealización si mantienen relación con la afectividad de los trabajadores dado que el valor de significancia es inferior al 0.05; además en general se evidencia que entre las dos variables existe una Rho de ,481 y el Sig. Es  $0,022 < 0,05$  (significativa). Científicamente se ha corroborado que el engagement (afectividad) de los trabajadores mantiene una relación alta con la motivación laboral por parte de los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima.

**Tabla 7**

Relación entre la segunda dimensión de V1 (Continuidad) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.

			N.	N.	N.	N.	Total
			Segur	Social	Autoesti	Aut	Neces
			idad		ma	orre	id.
						ali.	
Rho de Spearman	de Continuidad	Coeficiente de correlación	,302*	,139	,288**	,124	,321**
		Sig. (bilateral)	,011	,257	,018	,120	,005
		N	220	220	220	220	220

Fuente: Base de datos procesada con SPSS



De acuerdo a lo observado en la tabla 7. se aprecia que las dimensiones de necesidades sociales y necesidades de autorrealización no mantienen relación con la continuidad de los trabajadores dado que el valor de significancia es superior al 0.05; sin embargo, en las dimensiones de necesidades de seguridad y protección y necesidades de autoestima, existe una correlación directa y significativa; asimismo en general se evidencia que entre las dos variables existe una Rho de, 321\*\* y el Sig. es de 0,042 < 0.05 (significativa). Científicamente se ha corroborado que el Engagement (Continuidad) de los trabajadores mantiene una relación moderada con la motivación laboral de los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima.

**Tabla 8**

Relación entre la tercera dimensión de V1 (Normativo) y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.

			N.	N.	N.	N.	Total
			Segur idad	Social	Autoe stima	Autor reali.	Neces id.
Rho de Spearman	de Normativa	Coefficiente de correlación	,565*	,344**	,084	-	-,074
		Sig. (bilateral)	,046	,037	,298	,033	,155
		N	220	220	220	220	220

Fuente: Base de datos procesada con SPSS

De acuerdo a lo observado en la tabla 8. Se aprecia que las dimensiones de necesidades de seguridad y protección, necesidades sociales y necesidades de autorrealización, mantienen relación con la normativa de los trabajadores dado que el valor de significancia es menor al 0.05 y el coeficiente de correlación obtenido se acerca al requerido; no obstante, en general se halló que entre las dos variables existe una Rho de -,074 y el Sig. Es 0,115 > 0.05, (no significativa). Científicamente se ha corroborado que el engagement (normativo) de los trabajadores no mantiene una relación con la mayoría de dimensiones de la variable de motivación laboral de los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima.

**Tabla 9**

Relación entre la variable Engagement y las dimensiones de la Motivación en trabajadores de una empresa de comida rápida en Lima.

			N. Segur idad	N. Social	N. Autoe stima	N. Autor reali.	Total Neces id.
Rho de Spearman	Total de Eng.	Coefficiente de correlación	,078	,234**	,124*	,045	,212**
		Sig. (bilateral)	,052	,047	,038	,073	,015
		N	220	220	220	220	220

Fuente: Base de datos procesada con SPSS

Podemos observar que en la tabla 9. Se aprecia que el engagement y las dimensiones motivación en base a las necesidades de seguridad y protección, necesidades sociales y necesidades de autorrealización, si mantienen relación con los trabajadores puesto que el valor de significancia es menor al 0.05 y el coeficiente de correlación obtenido se acerca al requerido, en general entre las dos variables existe un Rho de ,212 y en Sig. Es de ,015 > 0.05, (significativa). Comprobando científicamente que el engagement de los trabajadores no mantiene una relación con la mayoría de dimensiones de la variable de motivación laboral de los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima.

## VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Posterior de haber realizado los análisis pertinentes de cada uno de los resultados obtenidos, observamos en relación a la hipótesis general que indica que existe una relación significativa en el Engagement y la motivación laboral en los colaboradores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022; encontramos que dicha hipótesis se corroboró, puesto que se halló un Rho de 0,212 y un nivel de Sig. de  $0,015 < 0,05$  (significativa), lo cual evidencia que existe una correlación alta y significativa entre ambas variables. Esto es respaldado en base a la investigación de Diaz (2016) titulada “Motivación y Engagement laboral de Millennials” donde se encontró una correlación significativa y positiva entre la motivación intrínseca y el Engagement de 0.787; es decir que a mayor motivación intrínseca, mayores serán los niveles de Engagement dentro de los millenials: además Tejada (2020) en su trabajo denominado “Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una municipalidad distrital de Arequipa, 2020”, halló una correlación positiva Rho 0,416 y altamente significativa (Sig. de  $0,001 < 0,05$ ), lo cual revela que existe una relación directa entre ambas variables, significando que a mayores niveles de una de ellas, existirá de igual manera niveles elevados de la otra. Se observa que existen múltiples escenarios donde la correlación entre ambas variables es positiva; esto se debe a que según Peña & Villón (2018), un colaborador con sus necesidades de motivación satisfechas, creará un vínculo de pertenencia para con la empresa, resultando en patrones de conducta favorables para la convivencia y logro de los objetivos organizacionales.

Comenzaremos realizando el análisis de los objetivos específicos descriptivos, en relación al primer objetivo que consiste en identificar el nivel de Engagement en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021 – 2022, se encontró que la mayor parte de los trabajadores encuestados (40.45 %) mantiene un nivel medio de Engagement, lo cual implica que los trabajadores no están comprometidos de forma permanente con estas organizaciones; estos resultados concuerdan con la investigación de Abad (2021), denominada “Compromiso laboral de los Millennials en los fast food de la ciudad de Chiclayo, 2019”, la cual concluye que los trabajadores de un fast food de un centro comercial de dicha ciudad, presentan un nivel de compromiso laboral medio (50,7%), encontrando que no presentan el mismo deseo de cumplir con sus labores todos

los días, debido a esto no muestran comportamientos guiados a los objetivos organizacionales constantemente, ya que consideran que es un trabajo momentáneo para ellos; en base a esto evidenciamos que las empresas de comida rápida no invierten adecuadamente en el Engagement de sus colaboradores, es decir, no buscan reforzarlo por medio de acciones estratégicas, las cuales lograrían una fidelización de sus colaboradores, percibida en un compromiso guiado a mejorar los resultados de la organización frecuentemente, además de disminuir los niveles de rotación, Romero & Palacini (2020) en su investigación “Relación entre niveles de engagement y niveles de intención de rotación en empleados de dos empresas privadas de Asunción” muestra como resultados que un aumento de los niveles de Engagement, disminuirá los niveles de intención de rotación, o viceversa; de acuerdo con Fernandez (2017), la mejor dimensión dentro del compromiso laboral a reforzar es la afectividad, debido a que gracias a ello los colaboradores visualizarían a sus labores como un “hobby”, es decir, acciones que realiza con cierto grado de gusto y/o satisfacción, a diferencia de las dimensiones de continuidad y normativa; que respectivamente significan un compromiso por no contemplar mejores alternativas laborales y debido a un deber moral o lealtad para con la organización.

En relación al segundo objetivo específico que se refiere a determinar la motivación laboral que presentan los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022., se encontró que un 39,5 % presenta un nivel de motivación laboral medio, esto nos indica que la mayoría de los trabajadores encuestados encuentran sus necesidades de motivación laboral medianamente cubiertas, las empresas del rubro de comida rápida presentan un déficit en cuanto a las acciones que puedan incentivar o cumplir con sus necesidades de motivación, además no creen que pueda existir una intervención por parte de ellos que logre acrecentar sus ganas o motivación para realizar las funciones que comprenden su trabajo; Sin embargo, estos resultados son contrastados con la investigación de Fernandez (2017), titulada “Motivación laboral en el fast food Pizza Hut en San Isidro 2017”, la cual obtuvo como resultados un nivel alto en la motivación laboral de los trabajadores de la empresa Pizza Hut, evidenciando que la organización se preocupa por mantener la motivación de los colaboradores satisfecha para un mejor desempeño de sus funciones; probablemente en ambas situaciones se muestran discrepancias debido a las estrategias que se emplean en cada organización varían de acuerdo a las necesidades de su personal, contexto laboral en el que se desarrollan y directrices de cada marca en específico; asimismo Sanchez & Sifuentes (2018) hallaron

en su investigación, niveles de intención de permanencia bajos debido a un déficit de la motivación intrínseca y extrínseca de los empleados de servicio al cliente de los restaurantes de pastas y pizzas del distrito de Miraflores; con ello podemos inferir que los niveles de motivación influyen en las acciones y decisiones de los colaboradores; el hecho de que varíen puede deberse también al papel sustancial que ejerce el líder o jefe de cada uno de estos centros, pues son ellos los que deberían informarse de las necesidades de motivación de sus trabajadores para poder intervenir como es debido.

Seguidamente analizaremos los objetivos específicos correlacionales; de acuerdo al tercer objetivo que dice determinar la relación que existe entre el Engagement (Afectiva) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022., se evidencia que entre las dos variables existe una Rho de ,481 y el Sig. Es  $0,022 < 0.05$  (significativa); lo cual nos muestra que existe una relación alta entre la dimensión de afectividad del Engagement y la motivación laboral, por lo tanto, se corrobora la hipótesis alterna. Estos resultados los podemos corroborar tomando como base a las siguientes investigaciones, tales como Puma & Estrada (2020) en su investigación “Motivación Laboral y Compromiso Organizacional en trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Madre de Dios”, en donde se obtuvo como resultado la existencia entre ambas variables con una Rs de 0,652, evidenciando que los trabajadores que generan un lazo afectivo con la empresa logran tener una motivación apropiada para su desenvolvimiento dentro de ella. Asimismo, Mendoza (2019) en su investigación “Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de Telecomunicaciones de Lima”, en donde se obtuvo como resultado que existe una relación con ambas variables con una Rs de 0.23, evidenciando los lazos emocionales que genera el trabajador con la empresa forman parte de su desempeño. Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, podemos deducir que un colaborador con sentido de pertenencia basado en la afectividad que presenta para con su organización, mostrará niveles de motivación altos, además de comportamientos positivos que se verán reflejados en resultados óptimos y beneficiosos.

En relación al cuarto objetivo específico que dice determinar la relación que existe entre el Engagement (Continuidad) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022., se encontró que entre las dos variables existe una Rho de ,321\*\* y el Sig. es de  $0,042 < 0.05$  (significativa); esto implica que se mantiene una relación moderada entre el Engagement (Continuidad) y las necesidades de

motivación laboral; por lo tanto, se corrobora en la hipótesis alterna que dice que existen relación significativa de ambas variables. Podemos corroborar estos resultados en base a investigaciones como la de Puma & Estrada (2020) titulada “Motivación Laboral y Compromiso Organizacional en trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Madre de Dios”, en donde se obtuvo como resultado la existencia entre ambas variables con una  $R_s$  de 0,579, evidenciando que los trabajadores que se encuentran motivados generan un compromiso de continuidad con la empresa en donde se desenvuelven laboralmente. Asimismo, Mendoza A. (2019) en su investigación “Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de Telecomunicaciones de Lima”, se obtuvo como resultado que existe una relación con ambas variables con una  $R_s$  de 0.19, evidenciando que los trabajadores generan mayores ganas de permanencia, si existe mayor motivación por parte de la organización. Las empresas del rubro de comida rápida en su mayoría basan su fuerza laboral trabajadores jóvenes, gran porcentaje de ellos son estudiantes o se encuentran buscando los medios para empezar con ello, es por eso que sin experiencias laborales previas en la mayoría de casos, ni otras opciones debido a su nivel de preparación; es propicio que se den las circunstancias para generar un compromiso laboral de continuidad, el cual se ve relacionado con la motivación laboral que presentan, ya que pueden de esta forma satisfacer sus necesidades

En relación al quinto objetivo específico que dice determinar la relación que existe entre el engagement (Normativa) y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022., se halló que entre las dos variables existe una  $Rho$  de  $-,074$  y el  $Sig.$  Es  $0,115 > 0.05$ , (no significativa), no encontrando una relación directa ni significativa entre la dimensión normativa del Engagement y la motivación laboral. En contraposición a estos resultados observamos la investigación de Puma & Estrada (2020) “Motivación Laboral y Compromiso Organizacional en trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Madre de Dios”, en donde se obtuvo como resultado la existencia entre ambas variables con una  $R_s$  de 0,751, evidenciando que los trabajadores que se encuentran dispuestos a cumplir con las normas y su deber generan una buena motivación en su centro de labores. Además, Mendoza A. (2019) en su investigación “Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una empresa de Telecomunicaciones de Lima”, obtuvo como resultado que existe una relación con ambas variables con una  $R_s$  de 0.29, dando como conclusión que a mayor vínculo de reciprocidad con la empresa y lealtad existirá una mayor motivación. Cuando nos

referimos a la dimensión de compromiso laboral normativo, hablamos de mantenerse dentro de su puesto laboral por sentimiento de lealtad o deber moral, esto podría repercutir en cómo se siente el colaborador manteniendo el vínculo laboral por un tema simplemente de deber más no por genuinamente desearlo; aunque este tema varía de acuerdo a la organización y contexto laboral específico, tal como se visualiza en otras investigaciones.

## VII. CONCLUSIONES

- Existe una relación positiva y significativa entre la variable de engagement y motivación laboral con un valor de significancia de 0,015 y un Rho de 0,212 por lo tanto se corrobora la hipótesis presentada.
- El nivel de Engagement en los trabajadores de una empresa de comida rápida es de 40.45% ubicadas en el nivel medio, por lo tanto, podemos decir que los trabajadores no están comprometidos de forma permanente con dichas organizaciones.
- El nivel de necesidades motivacionales en los trabajadores de empresas de comida rápida es de 39.5%, encontrándose en un nivel medio; evidenciando que los centros de labores de este rubro no cumplen con las necesidades motivacionales de sus trabajadores.
- Existe una relación positiva y significativa entre la dimensión engagement (Afectividad) de la variable motivación laboral a un nivel de significancia alta de  $p < 0,022$ ; por lo tanto, se corrobora la hipótesis alternativa con un 90%
- Existe una relación positiva y significativa entre la dimensión engagement (Continuidad) de la variable motivación laboral a un nivel de significancia moderada de  $p < 0,042$ ; por lo tanto, se corrobora la hipótesis alternativa con un 90%
- No existe una relación positiva y significativa entre la dimensión engagement (Normativa) de la variable motivación laboral a un nivel de significancia de  $p > 0,022$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa con un 99%.



## VIII. RECOMENDACIONES

- Debido a que dentro de nuestra investigación, por motivo de la pandemia, se aplicaron los instrumentos de recolección de datos mediante formularios virtuales, se recomienda que en posteriores investigaciones donde participen poblaciones similares se pueda recoger los datos a través de los instrumentos en forma física y presencial, puesto que se reducirían los riesgos de sesgo en los resultados, ya que al realizarlo de forma virtual no se logra evidenciar que el participante complete los ítems de forma continua o pueda ser resuelto en conjunto o por otras personas. Del mismo modo se recomienda que generen estrategias que logren motivar a sus trabajadores con la finalidad de acrecentar sus niveles de Engagement, a través de acciones como reconocimiento, capacitaciones, feedback, incentivos, entre otras; las cuales impactaran en su fidelidad e identificación para con la organización.
- Debido a que se realizó una investigación con una muestra no aleatorizada, se recomienda con la finalidad de afianzar los resultados obtenidos en cuanto a la interacción de estas variables, se realicen estudios donde emplee una cantidad de muestra superior, aleatorizada e incluso otras ciudades; logrando un mejor análisis del comportamiento del Engagement y la motivación laboral en los trabajadores del rubro de comida rápida.
- En base a los resultados obtenidos dentro de nuestra investigación, hallamos que los niveles de Engagement dentro de la población de trabajadores de empresas de comida rápida, se encuentran dentro de un rango medio, por lo que se recomienda que estas organizaciones puedan implementar estrategias que generen un mayor compromiso e identificación con la misma; además de realizar mediciones constantes de esta variable para mantener actualizados estos datos, logrando generar acciones en beneficio de los trabajadores.
- De acuerdo con los niveles de motivación laboral obtenidos dentro del estudio realizado, hallamos que los trabajadores de comida rápida presentan un rango medio, por lo cual se recomienda que se pueda implementar un diagnóstico periódico de las necesidades de motivación de los colaboradores de este rubro, para lograr intervenir en los mismos y generar que estos puedan sentirse incentivados al momento de realizar sus funciones.

## REFERENCIAS

- Abad, K. (2021). COMPROMISO LABORAL DE LOS MILLENNIALS EN LOS FAST FOOD DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2019. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3976/3/TL\\_AbadGallardoKatherine.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3976/3/TL_AbadGallardoKatherine.pdf)
- Alvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- ANDINA. (2021). Perú: 85% de empresas se resiste a las nuevas formas de trabajo. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-85-empresas-se-resiste-a-las-nuevas-formas-trabajo-844788.aspx>
- Agencia EFE. (2015). Trabajadores brasileños de McDonald's se suman a la protesta global contra la cadena de comida rápida. <https://www.efe.com/efe/america/economia/trabajadores-brasilenos-de-mcdonalds-se-suman-a-la-protesta-global-contra-cadena-comida-rapida/20000011-2587540>
- Arciniega, L & González, L (2006). What is the influence of work values relative to other variables in the development of organizational. *Revista internacional de Psicología Social*, 21(1), 35-50 <https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/125409/2006ArciniegayGonzalez.pdf;jsessionid=589F3692CE983E934441345C03E3FB25?sequence=1>
- Ballesteros, C. (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v18n1/a12v18n1.pdf>
- Berríos, M., Contreras, C. & Robles, J. (2019). Fast-food: El mundo de la precariedad y los ínfimos sueldos. <https://larepublica.pe/sociedad/2019/12/18/mcdonalds-fast-food-el-mundo-de-la-precariedad-y-los-bajos-sueldos-sunafil-pueblo-libre/>

- Cortes N. (S.A) ¿Qué es el engagement laboral?  
<https://www.geovictoria.com/cl/engagement-laboral/>
- DiegoCoquillat. (2020). Los jóvenes ya no quieren trabajar en los restaurantes y el índice de rotación de personal se dispara en EEUU. <https://www.diegocoquillat.com/los-jovenes-ya-no-quieren-trabajar-en-los-restaurantes-y-el-indice-de-rotacion-de-personal-se-dispara-en-eeuu/#prettyPhoto>
- Diaz N. (2016), Motivacion y engagement laboral de los millennials, Universidad Argentina de la Empresa.  
<https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/8084/DIAZ-TIF.pdf?sequence=3>
- Escobar, O. (2011). Cultura Organizacional y Motivación Laboral de los Trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica.  
<https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/2328/Escobar%20Taipe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernandez, A. (2017). El compromiso organizacional.  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/28460/TFGO%201123.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernandez, J. (2017). MOTIVACIÓN LABORAL EN EL FAST FOOD PIZZA HUT EN SAN ISIDRO 2017.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22623/Fern%C3%A1ndez\\_CJB.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22623/Fern%C3%A1ndez_CJB.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Frías M. (2016), Análisis del engagement y su relación con la motivación de los colaboradores del Museo de Antropología de la Universidad Veracruzana. [Tesis de Mestria, Universidad Veracruzana] Google academico  
<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/46941/FriasHerreraMayra.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Galvan M. (2017), Motivación Laboral.  
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n7/r3.html>
- Huamachuco E. (2021), Engagement y productividad laboral en el personal administrativo de una universidad privada de Lima Norte 2020. [Tesis de Maestria

– Universidad Cesar Vallejo]  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62083/Huamanchu  
mo\\_SEE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62083/Huamanchu_mo_SEE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Huilcapi M., Jácome G. & Castro G.(2017), Motivación las teorías y su relación en el ámbito empresarial. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5889721>

Hurtado M. (2017), Bases conceptuales del compromiso organizacional. Una visión de implicación, según Meller y Allen, y su medición en dos empresas del sector retráctil de Piura. [ Tesis de Licenciamiento – Universidad Nacional de Piura] [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2883/AE\\_291.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2883/AE_291.pdf?sequence=1)

Juarez, A. (2015). Engagement Laboral, Una Concepción Científica: Entrevista Con Wilmar Schaufeli. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v21n2/a02v21n2.pdf>

La República. (2020). Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo. <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo/>

Mares, D. & Mendoza, J. (2016). Causas de rotación de personal en una empresa de comida rápida en la región norte de México. <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/3448-3468%20CAUSAS%20DE%20ROTACIoN%20DE%20PERSONAL%20EN%20UNA%20EMPRESA%20DE%20COMIDA%20R%C2%ADPIDA%20EN%20LA%20REGIoN%20NORTE%20DE%20M.XICO.pdf>

Messarina A. (2019). Engagement y Satisfacción Laboral en operarios de una empresa privada en Lima. [Tesis de Licenciamiento - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625100/MessarinaR\\_A.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625100/MessarinaR_A.pdf?sequence=1)

Montoya E. (2014), validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un contact center. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/581494/TEISIS%20FINAL\\_Elizabeth%20Montoya.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/581494/TEISIS%20FINAL_Elizabeth%20Montoya.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Neill, D. & Cortés, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Nuño, A. (2019). Así controlan a los empleados de las cadenas de comida rápida. [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-07-22/empleo-comida-rapida-estres-agobio-ansiedad\\_2127975/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-07-22/empleo-comida-rapida-estres-agobio-ansiedad_2127975/)
- Osorio K., Arango A. & Acosta E. (2016), La motivación como un factor clave de éxito en las organizaciones modernas. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/4484/4169>
- Peláez A.(2020), Engagement y motivación laboral en los capacitadores de una empresa de certificados ISO, 2019.[Tesis de Maestría – Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Digital Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45993/Pel%c3%a1ez\\_PAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45993/Pel%c3%a1ez_PAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peña H. & Villon S. (2017), Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador. [http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista\\_Scientific/article/view/181/159](http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/181/159)
- Palacios, A. (2019). Motivación y Engagement Laboral en el Instituto Superior de Educación Pública de Huaraz, 2019. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39235/Palacios\\_ZA\\_Z.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39235/Palacios_ZA_Z.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peña, H. & Villón, S. (2017). Motivación Laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7011913.pdf>
- Pineda, G. (2017). “40% de empresas peruanas cuenta con una estrategia formal de Employee Engagement”. <https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/entrevistas/40-de-empresas-peruanas-cuenta-con-una-estrategia-formal-de-employee-engagement/>
- Quiroz, S. (2019). Motivación laboral y Engagement del personal de la Policía Nacional Del Perú, Cajabamba 2018.

[https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6578/Quiroz%20Espinoza%2C%20Segundo%20Pedro\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6578/Quiroz%20Espinoza%2C%20Segundo%20Pedro_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez, C. (2017). Nivel de satisfacción laboral en los colaboradores del establecimiento de comida rápida Pizza Hut chiclayo – 2016. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/850/1/TL\\_RodriguezEnriquezChristiamLeonardo.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/850/1/TL_RodriguezEnriquezChristiamLeonardo.pdf)

Romero, R. & Palacini, F. (2020). Relación entre niveles de engagement y niveles de intención de rotación en empleados de dos empresas privadas de Asunción. <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v7n2/2409-8752-ucsa-7-02-3.pdf>

Sánchez, H., Reyes, C. & Mejía, K. (2018), Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Universidad Ricardo Palma. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Sanchez, N. & Sifuentes, A. (2018). Influencia de la motivación extrínseca e intrínseca en la intención de permanencia de los trabajadores de restaurantes de pizzas y pastas del distrito de Miraflores. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623805/Sanchez\\_CN.pdf?sequence=4](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623805/Sanchez_CN.pdf?sequence=4)

Sashkin, M. (1996). Cuestionario MbM: Gestión por motivación. <https://pdfslide.tips/reader/f/el-cuestionario-mbm-gestion-por-motivacion-tercera-edicion-organizacion>

Solano, E. & Villanueva, Y. (2020). Motivación laboral y Engagement en el trabajo en colaboradores de empresas agroindustriales. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54787/Solano\\_SEB-Villanueva\\_QYA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54787/Solano_SEB-Villanueva_QYA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tejada, O. (2020). Motivación laboral y compromiso organizacional en colaboradores de una municipalidad distrital de Arequipa, 2020. [https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16818/1/TEJADA\\_TOLEDO\\_OMA\\_MOT.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16818/1/TEJADA_TOLEDO_OMA_MOT.pdf)

Urosa, C. (2017). El Consentimiento Informado En La Investigación Clínica.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3755/375553465001.pdf>

Viveros O. & Fierro C. (2020), Correlación de los niveles de engagement y síndrome de burnout en una empresa de telecomunicaciones.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p19.pdf>

## ANEXOS

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Nivel de medición
Engagement	Vínculo entre la persona y la organización, basada en un estado psíquico que condiciona la decisión de permanencia del colaborador en el centro de trabajo. (Allen & Meyer, 1991)	Existencia de Engagement en trabajadores de empresas de comida rápida, medido a través de la Escala Compromiso Organizacional (Allen Y Meyer, 1991) donde se tomarán en cuenta los factores de afectividad, continuidad y normativa.	Afectividad	Sentimiento de permanencia a causa del ambiente de trabajo	Escala de likert
				Vinculación afectiva con la organización	
				Solidaridad con los problemas de la organización	
			Continuidad	Deseos de permanencia a causa del tiempo, energía y trabajo invertido en la organización	
				Dificultad para conseguir un nuevo empleo	
				Necesidad de poseer una fuente de ingreso estable	
			Normativa	Sentimiento de obligación de permanencia en la organización	
				Sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan en la organización	
				Sentimiento de retribución hacia la organización a causa de beneficios recibidos	
Motivación	La motivación implica satisfacer las necesidades de los colaboradores de una organización, para que estos se encuentren incentivados a cumplir con los objetivos y	Satisfacción de las necesidades de los trabajadores de empresas de comida rápida, medido a través del Cuestionario MbM donde se tomarán en cuenta las dimensiones de necesidad de	Necesidad de protección y seguridad	Nivel de seguridad económica.	Escala de likert
				Nivel de seguridad personal.	
				Consecución de Nivel de vida razonable.	
			Necesidad social y de pertenencia	Nivel de interacción social.	
				Nivel de identidad con el grupo.	
				Necesidad de amistad.	
			Necesidad de autoestima	Necesidad de amor	
				Necesidad de sentirse valioso.	
				Nivel de respeto a sí mismo.	



	resultados (Marshall Sashkin,1996)	protección y seguridad, necesidad social y de pertenencia, necesidad de autoestima y necesidad de autorrealización.	Necesidad de autorrealización	Nivel de desarrollo personal.	
				Nivel de desarrollo profesional.	
				Nivel de desarrollo laboral.	

**Anexo 02:**

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula “Engagement y motivación laboral en una empresa de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022” y es elaborada por las alumnas de la carrera académico profesional de Psicología de la universidad Cesar Vallejo.

Este proyecto es dirigido por Oscar Vela, investigador del departamento de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es establecer la relación existente entre el engagement y la motivación laboral en los trabajadores de las empresas de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022. Para ello, se le solicita su participación en la realización de la escala de compromiso laboral y el cuestionario de motivación laboral, lo cual les tomara 20 minutos realizarlo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio.

Asimismo, participar en esta encuesta no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo considere conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién completó la encuesta. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal del investigador responsable, a la cual podrá también acceder su grupo de investigación. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_ Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

### Anexo 03:

#### ESCALA COMPROMISO ORGANIZACIONAL

(Allen y Meyer, 1991)

**Objetivo:** Conocer tu opinión acerca de los aspectos relacionados al desempeño laboral, la aceptación del cambio, el espíritu corporativo, la contribución de objetivos, la implicación con la misión y la ayuda al desarrollo de otras personas, las cuales se presencian en el ambiente de trabajo donde usted labora.

Nº	ITEMS	TA	A	I	D	TD
<b>Indicadores de la Dimensión Afectiva</b>						
1	Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa					
2	Me siento ligado emocionalmente a mi organización					
3	No me siento plenamente integrado a mi organización					
4	Realmente tomo los problemas de la empresa como míos					
5	Esta empresa significa personalmente mucho para mí					
6	No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización					
7	Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa					
<b>Indicadores de la Dimensión de Continuidad</b>						
8	Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo					
9	Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones					
10	Sería para mí muy duro dejar esta organización así lo quisiera					
11	Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización					
12	Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo					
<b>Indicadores de la Dimensión Normativo</b>						
13	Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora					
14	No abandonaría a mi empresa en estos momentos					
15	Estoy en deuda con la organización					
16	Esta organización merece mi lealtad					
17	Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización					
18	No siento obligación alguna de permanecer					

## Anexo 04:

### El Cuestionario MbM

**Instrucciones:** Por favor, responda a cada una de las afirmaciones siguientes indicando su grado de acuerdo con las mismas, es decir, hasta qué punto concuerda cada afirmación con sus propios puntos de vista y opiniones. Marque con un círculo la letra que más fielmente refleje su punto de vista personal, de acuerdo con la siguiente clave:

<b>C</b>	-	Estoy <b>C</b> ompletamente de acuerdo
<b>B</b>	-	Estoy <b>B</b> ásicamente de acuerdo
<b>P</b>	-	Estoy <b>P</b> arcialmente de acuerdo
<b>S</b>	-	<b>S</b> ólo estoy un poco de acuerdo
<b>N</b>	-	<b>N</b> o estoy de acuerdo

1. Lo más importante para mí es tener un empleo estable C B P S N
2. Prefiero trabajar de manera independiente, más o menos por mi cuenta C B P S N
3. Un sueldo alto es un claro indicativo del valor que tiene el trabajador para la empresa C B P S N
4. Buscar aquello que te haga feliz es lo más importante en la vida. C B P S N
5. La seguridad del puesto de trabajo no es especialmente importante para mí. C B P S N
6. Mis amigos significan más que casi ninguna otra cosa para mí. C B P S N
7. La mayor parte de las personas creen que son más capaces de lo que realmente son. C B P S N
8. Quiero un trabajo que me permita aprender cosas nuevas y desarrollar nuevas destrezas. C B P S N
9. Para mí, es fundamental poder disponer de ingresos regulares. C B P S N
10. Es preferible evitar una relación demasiado estrecha con los compañeros de trabajo. C B P S N
11. La valoración que tengo de mí mismo es más importante que la opinión de ninguna otra persona. C B P S N
12. Perseguir los sueños es una pérdida de tiempo. C B P S N
13. Un buen empleo debe incluir un plan de jubilación sólido. C B P S N
14. Prefiero claramente un trabajo que implique establecer contacto con otros - clientes o compañeros de trabajo-. C B P S N
15. Me molesta que alguien intente atribuirse el mérito de algo que yo he conseguido. C B P S N
16. Lo que me motiva es llegar tan lejos como pueda, encontrar mis propios límites. C B P S N
17. Uno de los aspectos más importantes de un puesto de trabajo es el plan de seguros de enfermedad de la empresa. C B P S N
18. Formar parte de un grupo de trabajo unido es muy importante para mí. C B P S N
19. Mis logros me proporcionan una importante sensación de autorrespeto. C B P S N
20. Prefiero hacer cosas que sé hacer bien que intentar hacer cosas nuevas. C B P S N

**Por favor, no pase a la página siguiente hasta que haya completado el cuestionario o hasta que así se lo indiquen**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VELA MIRANDA OSCAR MANUEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Engagement y motivación laboral en una empresa de comida rápida de la ciudad de Lima 2021-2022

", cuyos autores son NAQUICHE BARRANZUELA ABRIL DE LOS ANGELES, ZAPATA PAZ FIORELLA MABEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 19 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VELA MIRANDA OSCAR MANUEL <b>DNI:</b> 18215051 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8093-0117	Firmado electrónicamente por: VMIRANDAO el 20- 07-2022 15:19:31

Código documento Trilce: TRI - 0352957